

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN PRODUK
TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN MINAT MEREFERENSIKAN
SISTEM OPERASIONAL (OPERATIONAL SYSTEM/OS) ANDROID
DI WTC DAN MARINA SURABAYA

S K R I P S I

Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Oleh :

BAYU NUGROHO
0812115022 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN PRODUK
TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN MINAT MEREFERENSIKAN
SISTEM OPERASIONAL (OPERATIONAL SYSTEM/OS) ANDROID
DI WTC DAN MARINA
SURABAYA

S K R I P S I



Oleh :

BAYU NUGROHO
0812115022 / FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan berkat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis pengaruh manfaat produk dan kemudahan penggunaan produk terhadap nilai pelanggan dan minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya” dengan baik.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi satu syarat penyelesaian Program Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Teguh Soedarto, MT, selaku Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Dr. Muhadjir Anwar, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur

4. Bapak Sugeng Purwanto, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam membimbing penulisan ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bernilai. Sehingga ucapan terima kasihpun dirasa belum cukup untuk menghargai jasa Bapak dan Ibu. Namun teriring do'a semoga apa yang sudah diberikan kepada kami akan terbalaskan dengan berkah dari sang Illahi.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu, sembah sujud serta ucapan terima kasih atas semua do'a, restu, dukungan, nasehat yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT melimpahkan berkat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	12
2.2.2. Manfaat Produk.....	15
2.2.3. Kemudahan Penggunaan Produk	16
2.2.4. Nilai Pelanggan	18
2.2.5. Minat Mereferensikan	22

2.2.6. Pengaruh Manfaat Produk Dengan Nilai Pelanggan .	24
2.2.7. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Produk Dengan Nilai Pelanggan	25
2.2.9. Pengaruh Nilai Pelanggan Dengan Minat Mereferensikan.....	26
2.3. Kerangka Konseptual.....	28
2.4. Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.1.1. Definisi Operasional	30
3.1.2. Pengukuran Variabel	31
3.2. Teknik Penentuan Sampel.....	32
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.1. Jenis Data.....	33
3.3.2. Sumber Data	33
3.3.3. Pengumpulan Data	33
3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	34
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas	34
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat.....	34
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat	35
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat	35
3.4.3. Uji Normalitas Data	36
3.4.4. Pemodelan SEM (Structural Equation Modeling) ...	36
3.4.5. Uji Hipotesis	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	41
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden	41
4.1.2. Deskripsi Manfaat Produk (X_1)	43
4.1.3. Deskripsi Kemudahan Penggunaan Produk (X_2)	44
4.1.4. Deskripsi Nilai Pelanggan (Y)	45
4.1.5. Deskripsi Minat Mereferensikan (Z)	46
4.2. Analisis Data	47
4.2.1. Evaluasi Outlier	47
4.2.2. Evaluasi Reliabilitas	48
4.2.3. Evaluasi Validitas	50
4.2.4. Evaluasi Construct Reliability dan Variance Extracted	51
4.2.5. Evaluasi Normalitas	52
4.2.6. Analisis Model One – Step Approach to SEM	53
4.2.7. Uji Kausalitas	54
4.3. Pembahasan	56
4.3.1. Pengujian Hipotesis Pengaruh Manfaat Produk Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan	56
4.3.2. Pengujian Hipotesis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Produk Terhadap Persepsi Nilai Pelanggan	57
4.3.3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Minat Mereferensikan	58

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	60
5.2. Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Worldwide Smarthpone Sales To End Users By Operating System 2010	3
Tabel 1.2 Worldwide Mobile Devices Sales To End Users in 2010.....	6
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Sistem Operasional Android.....	43
Tabel 4.4.Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Manfaat Produk (X ₁).....	43
Tabel 4.5.Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kemudahan Penggunaan Produk (X ₂).....	44
Tabel 4.6.Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Persepsi Nilai Pelanggan (Y)	45
Tabel 4.7.Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Minat Mereferensikan (Z)	46
Tabel 4.8. Residuals Statistics	48
Tabel 4.9. Pengujian Reliability Consistency Internal.....	49
Tabel 4.10. Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysist	50
Tabel 4.11. Construct Reliability dan Variance Extracted	51
Tabel 4.12. Assessment Of Normality	52
Tabel 4.13. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One- Step Approach – Base Model	54
Tabel 4.14. Uji Kausalitas Antar Faktor	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Manfaat Produk, Kemudahan Penggunaan Produk, Persepsi Nilai Pelanggan Dan Minat Mereferensikan, Model Spesifikasi: One Step Approach – Base Model.....	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat Produk (X_1), Kemudahan Penggunaan Produk (X_2), Persepsi Nilai Pelanggan (Y), Dan Minat Mereferensikan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN PRODUK
TERHADAP NILAI PELANGGAN DAN MINAT MEREFERENSIKAN
SISTEM OPERASIONAL (OPERATIONAL SYSTEM/OS) ANDROID
DI WTC DAN MARINA
SURABAYA**

Oleh:

BAYU NUGROHO

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan pada Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android. Penjualan smartphone di dunia berdasarkan sistem operasinya mulai Tahun 2009 - 2010. (google.co.id, tekno jurnal, your IT development guide) menunjukkan bahwa Android menanjak dengan angka yang cukup mengesankan dari tahun 2009. Market share Android naik sekitar 888.8 % dari tahun lalu dan dengan cepat mengalahkan kompetitor-kompetitor mereka. Hal ini merupakan fenomena yang perlu dikaji dan diteliti, apakah kenaikan Market share Android tersebut berhubungan dengan manfaat dan kemudahan penggunaan serta nilai pelanggan pada Sistem Operasional (Operational System/ OS) di WTC dan Marina Surabaya

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling tepatnya purposive sampling yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Kriteria tersebut antara lain: berusia minimal 18 tahun, minimal telah menggunakan sistem operasional android ± 3 bulan, dan saat ini menggunakan sistem operasional (OS). Pengambilan sampel didasari oleh asumsi SEM bahwa besarnya sampel yaitu 5 – 10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 11 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi yaitu antara 55-110. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 110 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM diagram yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh manfaat produk, kemudahan penggunaan produk terhadap nilai pelanggan dan dampaknya pada minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa manfaat produk, kemudahan penggunaan produk berpengaruh signifikan positif terhadap nilai pelanggan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya, serta nilai pelanggan juga berpengaruh signifikan positif terhadap minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya.

Key Words: Manfaat Produk, Kemudahan Penggunaan Produk, Nilai Pelanggan, dan Minat Mereferensikan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan jaman telah berhasil menciptakan teknologi dan peralatan canggih, ini menyebabkan tingkat penawaran produk baru berkembang dengan pesat, serta penawaran barang dan jasa semakin banyak memenuhi kebutuhan manusia. Perusahaan yang tidak dapat menciptakan produk baru akan tertinggal dalam persaingan. Hal ini menyebabkan masing-masing perusahaan berusaha agar produknya dapat bersaing dengan produk di pasaran dengan produk yang sejenis baik karakteristik produk maupun variasi produk serta memberikan ciri tersendiri terhadap produknya.

Pada era globalisasi saat ini ditandai dengan revolusi teknologi informasi dan teknologi komunikasi mengakibatkan terjadinya perubahan (change) yang luar biasa. Perkembangan teknologi dan informasi mengalami kemajuan semakin pesat. Selaras dengan perkembangan tersebut, mengakibatkan perubahan dalam kehidupan masyarakat dari yang semula untuk memenuhi kebutuhan dasar, mulai mengarah pada kebutuhan non dasar, salah satunya adalah komunikasi.

Melihat klasifikasi statistik perubahan kehidupan diawal abad 21 ini telekomunikasi menjadi sangat penting karena merupakan sarana yang cepat bagi masyarakat untuk berkomunikasi, komunikasi merupakan sesuatu yang sangat vital dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang melakukan hubungan komunikasi karena ingin menyampaikan dan mendapatkan informasi. Informasi bisa didapat

dengan sangat cepat melalui komunikasi, oleh sebab itu sangat diperlukan sarana transformasi dan komunikasi yang handal untuk mewujudkan tujuan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menilai, memberi dan memilih produk. Salah satu produk komunikasi yang mempunyai peran vital dalam memenuhi kebutuhan konsumen dibidang komunikasi khususnya komunikasi wireless adalah produk ponsel. Penggunaan ponsel tidak terlepas dari penggunaan sistem operasional (OS) Android.

Berikut ini akan disajikan hasil data penjualan smartphone di dunia berdasarkan sistem operasinya mulai Tahun 2009 - 2010. (google.co.id, tekno jurnal, your IT development guide)

Tabel 1.1

**Worldwide Smartphone Sales to End Users by Operating System in 2010
(Thousands of Units)**

Company	2010 Units	2010 Market Share (%)	2009 Units	2009 Market Share (%)
Symbian	111,576.7	37.6	80,878.3	46.9
Android	67,224.5	22.7	6,798.4	3.9
Research In Motion	47,451.6	16.0	34,346.6	19.9
iOS	46,598.3	15.7	24,889.7	14.4
Microsoft	12,378.2	4.2	15,031.0	8.7
Other Oss	11417.4	3.8	10432.1	6.1
Total	296,646.6	100.0	172,376.1	100.0

Source: Gartner (February 2011)

Berikut adalah poin-poin menarik dari data di atas:

- Android menanjak dengan angka yang cukup mengesankan dari tahun 2009. Market share Android naik sekitar 888.8 % dari tahun lalu dan dengan cepat mengalahkan kompetitor-kompetitor mereka.

- Nokia Symbian masih merajai market share OS smartphone walaupun mengalami penurunan market share. Namun begitu, penjualan smartphone berbasis Symbian masih meningkat dibanding tahun lalu. Dan juga, ada kemungkinan Symbian tahun ini akan menanggalkan gelar “raja” di pasar smartphone apalagi setelah kerja sama Nokia dengan Microsoft.
- Microsoft walaupun sistem operasi mobile terbaru mereka, Windows Phone 7, mendapat banyak review positif namun market share mereka ternyata malah turun jauh. Penjualan smartphone berbasis OS dari Microsoft pun menurun. Cukup menarik untuk diamati apakah market share Microsoft di platform smartphone akan menanjak atau tidak setelah bekerja sama dengan Nokia.

Dari data-data di atas, saya menarik sebuah kesimpulan kasar ini: Vendor-vendor handphone dari Asia Timur terutama Cina dan Taiwan memiliki peran yang sangat besar dalam perkembangan industri handphone dan smartphone di seluruh dunia. Mereka lah penggerak global industri handphone dan smartphone di dunia. Vendor- vendor handphone lokal Indonesia pun banyak yang menggunakan komponen- komponen dari vendor- vendor handphone Cina, dan ini saya yakin tidak hanya terjadi di Indonesia saja namun di belahan dunia lainnya. (google.co.id, tekno jurnal, your IT development guide)

Konsumen cenderung memilih sistem operasional (OS) Android salah satunya dikarenakan manfaat sistem operasional (OS), atribut sistem operasional (OS) yang bagus dan kemudahan sistem operasional (OS). Android adalah sistem operasi yang berbasis Linux untuk telepon seluler seperti telepon pintar dan komputer tablet

Berikut ini akan disajikan berbagai keunggulan dan kemudahan sistem operasional (OS) Android:

Keunggulan sistem operasional (OS) Android:

- Ponsel Android bisa menjalankan berbagai aplikasi, itu artinya anda bisa browsing, Facebookan sambil dengerin lagu.
- Android menyediakan platform terbuka bagi para pengembang untuk menciptakan aplikasi mereka sendiri untuk digunakan oleh bermacam peranti bergerak. Awalnya, Google Inc. membeli Android Inc., pendatang baru yang membuat peranti lunak untuk ponsel. Kemudian untuk mengembangkan Android, dibentuklah Open Handset Alliance, konsorsium dari 34 perusahaan peranti keras, peranti lunak, dan telekomunikasi, termasuk Google, HTC, Intel, Motorola, Qualcomm, T-Mobile, dan Nvidia.
- Pilihan Ponsel yang beranekaragam

Kemudahan sistem operasional (OS) Android:

- Setiap ada SMS, Email, atau bahkan artikel terbaru dari RSS Reader, akan selalu ada notifikasi di Home Screen Ponsel Android, tak ketinggalan Lampu LED Indikator yang berkedip-kedip, sehingga Anda tidak akan terlewatkan satu SMS, Email ataupun Misscall sekalipun.
- Akses Mudah terhadap Ribuan Aplikasi Android lewat Google Android App Market, bisa langsung install aplikasi ataupun games, lewat Google Android App Market dengan mendownload berbagai aplikasi dengan gratis. Ada banyak ribuan aplikasi dan games yang siap untuk Anda download di ponsel Android

Bicara ponsel Android, akan terasa ‘beda’ dibandingkan dengan iOS, jika iOS hanya terbatas pada iPhone dari Apple, maka Android tersedia di ponsel dari berbagai produsen, mulai dari Sony Ericsson, Motorola, HTC sampai Samsung. Dan setiap pabrikan ponsel pun menghadirkan ponsel Android dengan gaya masing-masing, seperti Motorola dengan Motoblur-nya, Sony Ericsson dengan TimeScape-nya. Jadi Anda bisa leluasa memilih ponsel Android sesuai dengan ‘merk’ favorite. Bisa menginstal ROM yang dimodifikasi, tak puas dengan tampilan standar Android, jangan khawatir ada banyak Costum ROM yang bisa Anda pakai di ponsel Android. Widget – benar sekali, dengan adanya Widget di homescreen, Anda bisa dengan mudah mengakses berbagai setting dengan cepat dan mudah. Google Maniak – Jika Anda pengguna setia layanan Google mulai dari Gmail sampai Google Reader, ponsel Android telah terintegrasi dengan layanan Google, sehingga Anda bisa dengan cepat mengecek email dari gMail (www.android.com)

Berikut ini akan disajikan hasil data penjualan untuk detailnya mari kita lihat data penjualan handphone mulai Tahun 2009 – 2010 (google.co.id, tekno.jurnal, [your IT development guide](http://your.itdevelopmentguide)), adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Worldwide Mobile Device Sales to End Users in 2010 (Thousands of Units)

Company	2010 Units	2010 Market Share (%)	2009 Units	2009 Market Share (%)
Nokia	461,318.2	28.9	440,881.6	36.4
Samsung	281,065.8	17.6	235,772.0	19.5
LG Electronics	114,154.6	7.1	121,972.1	10.1
Research In Motion	47,451.6	3.0	34,346.6	2.8
Apple	46,598.3	2.9	24,889.7	2.1
Sony Ericsson	41,819.2	2.6	54,956.6	4.5
Motorola	38,553.7	2.4	58,475.2	4.8
ZTE	28,768.7	1.8	16,026.1	1.3
HTC	24,688.4	1.5	10,811.9	0.9
Huawei	23,814.7	1.5	13,490.6	1.1
Others	488,569.3	30.6	199,617.2	16.5
Total	1,596,802.4	100.0	1,211,239.6	100.0

Source: Gartner (February 2011)

Dari data di atas, yang cukup menarik adalah sebagai berikut:

- Market share Nokia turun namun penjualan mereka tetap naik. Hal ini mungkin disebabkan karena meningkatnya permintaan handphone sehingga penjualan mereka tetap naik walaupun market share mereka turun karena himpitan pesaing
- Sony Ericsson dan Motorola mengalami penurunan market share hampir setengah dari tahun sebelumnya. Berikut juga dengan penjualan handphone mereka yang mengalami penurunan.
- HTC dan ZTE mengalami peningkatan yang cukup signifikan pada penjualan dan market share handphone mereka. Kedua perusahaan dari Asia Timur ini memang belakangan gencar dalam mendistribusikan dan mempromosikan produk-produk mereka

- “The others” ini yang paling menarik dari seluruh data di atas. Gabungan dari mereka semua secara tidak langsung sebetulnya merajai pasar handphone. Menurut perkiraan saya, “the others” ini kemungkinan adalah kebanyakan gabungan dari vendor-vendor lokal kecil yang menggunakan komponen-komponen dari Cina. Di Indonesia sendiri bisa kita lihat dengan jelas seberapa agresifnya handphone “Cina” berkembang. (google.co.id, tekno jurnal, your IT development guide)

Nilai pelanggan merupakan rasio dari manfaat yang didapatkan dari pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen, sedangkan minat mereferensikan merupakan keinginan konsumen untuk menceritakan pengalamannya setelah menggunakan produk/jasa kepada orang lain (Budiman, 2003).

Manfaat suatu produk atau jasa merujuk pada kemampuan produk atau jasa tersebut memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen akan melakukan perbandingan antara kinerja produk menurut persepsi mereka dengan harapan mereka. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila di nilai dapat memenuhi atau melebihi harapannya. Dalam hal ini dikatakan bahwa produk tersebut mempunyai quality of design yang tinggi. (Oliver, 1997 dalam Budiman, 2003)

Kemudahan produk bagi konsumen merupakan derajat kepercayaan seseorang atau persepsi seseorang bahwa dalam menggunakan produk tertentu, mereka tidak mengeluarkan usaha yang berat. Persepsi terhadap kemudahan penggunaan produk meliputi kemudahan penggunaan yang berhubungan dengan upaya fisik, kemudahan penggunaan yang berhubungan dengan upaya mental, dan

kemudahan penggunaan yang berhubungan dengan suatu sistem untuk dipelajari. (Davis, 1989;325 dalam Budiman, 2003)

Minat mereferensikan merupakan keinginan konsumen untuk menceritakan pengalamannya setelah menggunakan produk/jasa kepada orang lain. Indikator yang digunakan (Budiman, 2003). Dalam hal ini minat mereferensikan dapat diindikasikan dengan tingkat loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang loyal kemungkinan akan merekomendasikan atau mereferensikan pengalamannya kepada orang lain.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Budiman (2003) yang menunjukkan bahwa konstruk- konstruk manfaat produk, kemudahan penggunaan produk, pengaruh pergaulan sosial mempunyai efek tidak langsung yang positif terhadap minat mereferensikan. Hal ini dapat diartikan bahwa jika manfaat produk, kemudahan penggunaan produk, pengaruh pergaulan sosial semakin tinggi maka minat mereferensikan akan semakin tinggi juga.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud melakukan penelitian berjudul: “Analisis pengaruh manfaat produk dan kemudahan penggunaan produk terhadap nilai pelanggan dan minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana manfaat produk mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya?
2. Bagaimana kemudahan penggunaan produk mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap nilai pelanggan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya?
3. Bagaimana nilai pelanggan mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh manfaat produk terhadap nilai pelanggan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya.
2. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan produk terhadap nilai pelanggan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya
3. Untuk menganalisis pengaruh nilai pelanggan terhadap minat mereferensikan Sistem Operasional (Operational System/ OS) Android di WTC dan Marina Surabaya

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini akan diperoleh manfaat antara lain :

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengalaman secara praktik di bidang pemasaran khususnya mengenai teoritik manfaat produk, kemudahan penggunaan produk, nilai pelanggan dan minat mereferensikan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang menjadikan pertimbangan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan nilai pelanggan dan dan minat mereferensikan.

3. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menambah perbendaharaan perpustakaan serta sebagai bahan perbandingan bagi rekan-rekan mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan masalah yang sama di masa yang akan datang.